

**Формирование нового типа мобильного образа жизни
личности в транскультуральной коммуникации // Сибирский
психологический журнал. 2017. № 65. С. 66 – 82.**

Аннотация. Представлен обзор современных зарубежных публикаций, посвященных исследованию основных компонентов феномена виртуальных гостевых сетей, лежащих в основе процесса конструирования самоидентичности на пересечении онлайн и оффлайн миров, на примере проекта Couchsurfing. Анализ позволил определить недостаточную изученность проблемы аутентичности туристического опыта участников проекта. Обоснованы перспективы эмпирического исследования феномена в русле коммуникативно-нарративного подхода.

Ключевые слова: каучсерфинг, психология мобильности, виртуальные гостевые сети, онлайн идентичность, эмпирический капитал, социальный капитал, теория взаимного альтруизма, космополитическая идентичность, доверие, аутентичность туристического опыта, онлайн и оффлайн миры.

Введение в проблему

В современном мире происходят сложные многоуровневые процессы глобализации, ведущие к становлению глобального общества, отличающегося новым глобальным мышлением. Масс-медиа зачастую оказываются для индивида основным ориентиром, выступающим как в роли носителя коммуникативной мобильности, так и в роли транслятора установки на мобильность как ценностно-значимого ориентира современного образа жизни. Учитывая распространенность средств массовой информации и новых информационно-коммуникационных технологий, вопрос доверия к компьютерно-опосредованной коммуникации привлек интерес достаточного количества исследователей различных дисциплин. Новые масс-медиа облегчают взаимодействие и взаимообмен, а при помощи новых технологий, позволяют преодолеть физические и культурные границы, способствует появлению новой формы социальной солидарности людей в виртуальном пространстве, создавая новые горизонты и контекстные ситуации для исследований проблем и перспектив мобильности [1. С. 102-104] и социально психологических изменений личности в новых коммуникативных отношениях.

Особый интерес у современных исследователей вызывают такие виды мобильности как интернет-мобильность, коммуникативная, транспортная, урбанистическая, культурная и миграционная мобильность, туризм как разновидность мобильности и т.д. Значительное внимание в mobility studies уделяется антропологическим аспектам мобильных коммуникаций, что находит свое отражение в новых понятиях, таких как «homo mobilis» (человек мобильный), «человек-турист», «третий объект» (гибрид мобильного средства и человека), «мотильность» (личностная предрасположенность или неперасположенность к мобильности), «глобтроттер» (многопутешествующий человек). В ряде исследований отмечается идеологическая заданность дискурса мобильности, его пронизанность либеральными ценностными установками. Человек данного типа принципиально открыт для межкультурных и иных транснациональных коммуникаций, свободно владеет разными языками, легко передвигается по миру, ориентируется в глобальном рыночном пространстве, в новых информационных технологиях, в новинках потребительской культуры, плотно включен в социальные и политические сети [2. С. 247].

Изменения в туризме, связанные с развитием современных технологий –

возникновением интернета, изменениями в сфере транспорта, а с другой стороны – с изменениями в характере туризма и поведении туристов привели к возникновению новых форм туристических практик и способов путешествия. Одним из таких новых феноменов стали виртуальные гостевые сети [3. С. 154].

Путешественники всегда одними из первых тестируют новые коммуникационные технологии: от открыток и телеграмм до электронных писем. Непосредственность, интерактивность и повсеместность новых мобильных и мультимедийных технологий дает путешественникам уникальные способы взаимодействия с миром, даже будучи в дороге. Достижения в области сетевых онлайн технологий также дают новые возможности единения, не только между друзьями, но между незнакомыми людьми.

Актуальные направления исследований

Одним из первых возникновение новых моделей общности и социальности, возникающих в процессе пересечения коммуникационных технологии с физической реальностью путешествий описывает Germann Molz, J. В своей книге «Tourism, technology and togetherness in a mobile world» повествует о том, как в процессе своего тура по Индонезии около 20 лет тому назад впервые столкнулся с молодым американский парнем, который буквально не расставался со своим ноутбуком. Germann Molz, J. называет это своим первым опытом "flashpacking" [4. С. 123]. Флешпэкер - термин, ранее употребляемый по отношению к самостоятельным путешественникам, активно использующим новые технологии, на смену которому в наше время приходит термин бэкпэкер "backpaking" - также описывающий самостоятельные путешествия с рюкзаком, в поисках аутентичного опыта, совершаемые туристом за небольшие деньги, чаще всего принципиально отказываясь от услуг туроператоров, наиболее распространенные среди молодежи. Основатель и идейный вдохновитель класса бэкпэкеров в России — известный путешественник В. А. Шанин, активно продвигавший в своих книгах и статьях этот термин. Ряд других путешественников, таких как А. В. Кротов, В. И. Лысенко, используют методы бэкпэкинга, однако никогда себя таковыми не называли.

Одно из первых известных глобальных интернет-сообществ взаимообмена для путешественников было основано в 1949 году американцем по имени Bob Luitweiler и носит название "Servas International". Под лозунгом "При помощи истинной дружбы мы строим основу для мира во всем мире", "Servas International" установила общий фундамент используемый, в том числе и новыми сервисами обмена гостеприимством, способствующий межкультурному пониманию и снижению нетерпимости в мультикультурной среде. В 2000 году был основан Hospitality Club объединивший более 320000 членов из более чем 200 стран, а затем в 2005 году GlobalFreeloaders.com на данный момент состоит из более 89000 участников. Zotel, BeWelcome, Tripping, WarmShowers.org, Workaway.info и GoCambio - список наиболее крупных из сервисов соединяющих путешественников с местными жителями, количество пользователей которых варьируется от тринадцати до ста тысяч.

В качестве яркого примера проявления глобального интернет-сообщества, опирающегося на принципы доверия и взаимообмена можно привести международную сеть гостеприимства Couchsurfing. На сегодняшний день, каучсерфинг является наиболее популярной виртуальной гостевой сетью и объединяет более 14 миллионов человек из 200 тысяч городов планеты, представляет собой веб-сайт, на котором зарегистрированы люди из разных стран мира, готовые бесплатно предоставить жилье и оказать помощь друг другу во время путешествия [5]. Каучсерфинг стал важным лидером в мире альтернативного туризма и интересным источником для антропологического исследования. Кроме всего прочего этот феномен возникновения межличностных отношений в интернете, на наш взгляд интересен

тем, что в нем происходит пересечение виртуального и реального миров.

Идея создания такого ресурса пришла Кейси Фентону (Casey Fenton) в 2000 г., когда он купил дешёвый билет в Исландию, но у него не было места, где можно было остановиться. Тогда он разослал письма более чем 1500 исландским студентам с просьбой разрешить ему остановиться у них. В результате переписки он познакомился с несколькими группами студентов, готовых показать ему «их» Рейкьявик. После того, как он провёл незабываемые выходные в Исландии, он решил, что больше не будет пользоваться услугами туристической инфраструктуры, и решил создать подобный интернет-ресурс. После этого путешествия Кейси Фентон совместно с Dan Hoffer, Sebastien Le Tuan и Leonardo Silveira стали разрабатывать сайт. В январе 2003 была запущена бета-версия сайта, а в январе 2004 сайт стал доступен широкой публике.

Как это работает? Для того, чтобы воспользоваться услугами, предоставляемыми CouchSurfing.org, человек становится членом или "CouchSurfer" путем регистрации учетной записи в системе. Идентификационные данные (например, номер паспорта и т.д.) не запрашивается, большая часть информации для идентификации, предоставляется пользователю по электронной почте. Затем пользователь настраивает свой профиль, для того чтобы включить демографические данные или другую дополнительную информации, такую как личные убеждения, интересы, музыкальный вкус и т.д. Как и в других социальных интернет сетях, профиль является виртуальным лицом пользователя и позволяет сформировать первое впечатление о его идентичности онлайн.

На сайте можно выбрать как роль хозяина / хоста так и роль гостя / серфера. Существуют различные аспекты такого гостеприимства, например, хозяин может предложить бесплатное проживание в течение нескольких ночей, или просто показать серферу город, сопровождая и/или отвечая на вопросы о туристических достопримечательностях. При помощи системы поиска на сайте зарегистрированные участники могут найти человека, у которого они смогут остановиться во время посещения того или иного места. Поиск можно задавать при помощи различных параметров.

Затем запрос отправляется хозяину, в котором, для установления первоначального контакта, содержится некоторая информация о себе и о том, когда серфер намерен посетить данное место. Хост посещает страницу профиля серфера, и после некоторого общения, принимает решение принять или отклонить запрос. Учитывая, что каучсерферы не имеют каких-либо предварительных знаний друг о друге, онлайн профили и соответствующая личная переписка являются единственными способами установления первоначального доверия, которое является важным элементом фундамента и успеха CouchSurfing.org. Английский язык используется по умолчанию в качестве общепринятого.

Каучсерфинг также функционирует как сайт социальных СМИ, что позволяет участникам не только обмениваться сообщениями и присоединиться к суб-группам по интересам, таким как, например психологии, студенты, или христианские музыканты и другие, а также участвовать в обсуждениях группы, а также создавать групповые события и встречи. Таким образом, сайт выступает в качестве платформы для взаимодействия.

Важно заметить, что сервис является бесплатным – участники не платят друг другу за ночлег. В этом заключается радикальное отличие данного сервиса от того, что предлагают путешественникам агенты массового туризма. Проект «Каучсерфинг» представляет собой декоммерциализированную форму туризма. Более того, бесплатное проживание у местных жителей изменяет саму природу гостеприимства. В данном случае можно провести параллель с гостеприимством в докапиталистических обществах.

Сервис «Каучсерфинг» представляет собой не просто бесплатную альтернативу проживанию в отеле или хостеле. Обычно путешественники не только ночуют у местных жителей, но и проводят с ними значительную часть времени, участвуют в их повседневных

делах. Это позволяет им установить более тесный контакт с местными жителями, а также дает возможность ближе познакомиться с культурой и бытом местного населения. Зачастую контакт с местными жителями не ограничивается только общением с людьми, у которых останавливается участник проекта «Каучсерфинг». Путешественники также встречаются и с другими пользователями данного сервиса, которые проживают в той же местности, а также посещают встречи членов «Каучсерфинг», которые проходят в данном городе. Это еще раз подтверждает тот факт, что зачастую мотивация туриста заключается не столько в осмотре достопримечательностей, сколько в знакомстве и общении с жителями другой страны или города.

Однако это не исключает и основной туристкой практики – осмотра достопримечательностей. Обычно в роли гида выступают местные жители. Хозяева стараются показать гостям не только туристские достопримечательности, но и «скрытые зоны», которые не отмечены ни в одном туристском путеводителе. Таким образом, туристский опыт в этом случае оказывается достаточно непредсказуемым, то, что увидит путешественник, и какой опыт он получит при этом, чаще всего зависит от людей, у которых он остановился переночевать. Иногда путешественники предпочитают самостоятельно знакомиться с городом, хозяева лишь дают советы, что лучше посмотреть.

Остановившись у местных жителей, путешественники получают доступ к тем местам, которые И. Гофман называет «закулисьем» – в данном случае к ним относится дом или квартира местных жителей. Мотивация хозяев, обеспечивающих бесплатное проживание для гостей, представляется наиболее изумительной. Учитывая, существования значительного диапазона рыночных альтернатив, таких как AirBnB, возникает вопрос, почему люди предпочитают делить жилье, время и зачастую даже еду и напитки с незнакомыми людьми, которых они никогда не встречали раньше, и возможно, никогда не встретят снова, сознательно отказываясь от денежной прибыли или другого материального вознаграждения.

"Диван" как общий материальный объект в данном случае служит лишь в качестве катализатора и стимулятора для обмена опытом в контексте проекта Каучсерфинг. Поскольку деньги, подарки и бесплатное проживание как проявления материальной ценности просто играют подчиненную роль в социальном обмене каучсерфинга, мы можем наблюдать появление другого рода определенной выгоды для вовлеченных сторон. Можно охарактеризовать эти преимущества, как «эмпирический капитал», в том смысле, что они представляют собой область формирования единства индивидуальности смыслов, навыков и культурного обучения, которые могут быть собраны и имеют неизменную ценность для человека. Четыре типа такого эмпирического капитала возникают как результат такого обмена опытом: повышение самооценки, познание, внутреннее ощущение тепла от помощи другим и самоидентификация. Существует предположение о том, что потребление такого "эмпирического капитала" на самом деле может способствовать саморазвитию и самосовершенствованию [6, 7].

Достойным внимания является также обсуждение роли взаимности в свете конкретной взаимовыгодной ситуации, которая как мы видим, появляется в каучсерфинг и заставляет нас пересмотреть понятие взаимности в существующих теориях коллективного пользования до настоящего времени. Существующая литература предполагает, что истинное разделение с кем-либо появляется без участия взаимности. И хотя мы видим, что взаимодействия на каучсерфинг происходят в форме совместного пользования, было обнаружено множество индикаторов, указывающих на существование взаимных претензий. Однако подразумеваемая в данном контексте взаимность, не является ни выражением прямой, или ответной взаимности [8. С. 134], ни косвенной или даже типичной общей взаимности, которая представляет собой представление о круговороте “отдать-получить”. Скорее мы обнаруживает, что эгоистичные и другие связанные цели почти неразрывно смешиваются в

контексте каучсерфинг. Мы видим некоторую смесь из просоциального и эгоистичного поведения, укорененного в близкой связи между просоциальными законами и их результатом для человека [9. С. 544], открытие, которое, на самом деле, вероятно, также будет обнаружено и в других контекстах социального обмена. Такая смесь из эгоистических и альтруистических побуждений лежащих в основе просоциального действия, была так же выдвинута в качестве основания Mauss (1925, 1967) [10. С. 76] в его теории о процессе дарения подарка, однако не была затронута в оригинальной теории социального обмена Belk (2007, 2010) [11]. Дэвид Феннелл подходит к взаимодействию между туристами и местными, анализируя отношения через теорию, основанную на сотрудничестве. В своей статье он опирается на социобиологическую теорию, известную также как теория взаимного альтруизма, которая предполагает, что сотрудничество осуществляется потому, что существует вероятность того, что каждая из сторон может принести пользу другой в ближайшем или отдаленном будущем [12. С. 105-124]. Эта система хорошо работает среди каучсерферов. Сотрудничество между хозяином и гостем увеличивает шансы получить положительный отзыв, который в свою очередь будет способствовать росту доверия на сайте, и, следовательно, увеличивает шансы на получение ответа на запрос в будущем.

Необходимо отметить, что пользователи имеют возможность оставлять обратную связь друг о друге прямо на странице профиля, которую могут просматривать другие пользователи и тем самым судить о добросовестности и надежности серферов и хозяев. Взаимные публичные характеристики, а также количество дружеских связей являются самыми важными показателями для принятия решения относительно поступившего запроса [13. С. 367-380], а также выступают в качестве одной из форм субкультурного капитала, помогая укрепить чувство общности. Продолжительность членства в проекте ведет к увеличению сети контактов, накоплению положительной обратной связи в виде отзывов, увеличению количества друзей в сети и как следствие росту социального капитала, который помогает укреплению положительной репутации [14. С. 12].

Дэвид Феннелл подходит к взаимодействию между туристами и местными, анализируя отношения через теорию, основанную на сотрудничестве. В своей статье он опирается на социобиологическую теорию, известную также как теория взаимного альтруизма, которая предполагает, что сотрудничество осуществляется потому, что существует вероятность того, что каждая из сторон может принести пользу другой в ближайшем или отдаленном будущем [12. С. 105-124]. Эта система хорошо работает среди каучсерферов. Сотрудничество между хозяином и гостем увеличивает шансы получить положительный отзыв, который в свою очередь будет способствовать росту доверия на сайте, и, следовательно, увеличивает шансы на получение ответа на запрос в будущем.

Для многих идея пригласить незнакомца в свой дом является верхом безумия. Однако как гласит сайт проекта: “Незнакомец - это друг, которого вы просто еще не встречали”. Успешность социальной сети обусловлена созданием многочисленных взаимодействий людей по всему миру, перенося их из виртуальной среды в реальное пространство. Сообщество каучсерферов представляет собой институционализированную неформальную практику в сфере гостеприимства, которая позволяет социализировать людей в любом месте планеты. Каучсерфинг базируется на коллективных практиках, осуществляемых локально, поэтому важную роль играют социокультурные особенности конкретной страны. Сеть Интернет является пространством, где формируется единая рамка восприятия для членов определенного сообщества. Г.Рейнгольд в труде «Виртуальное сообщество» писал о возникновении в интернете новой формы солидарности в сообществах, которые объединяются вокруг общих ценностей и интересов [15. С. 134]. Каучсерфинг уделили особое внимание организации доверия, помимо полного отказа от виртуальной анонимности, существующей в рамках многих онлайн-сервисов, в профиле каждого можно

найти как личную информацию, так и сведения о том, можно ли ему доверять. Такого рода сведения основаны на хорошо продуманной системе отзывов, о которых говорилось ранее и которые нельзя удалить.

Согласно Д. Келнеру в любой социальной сети существует возможность, свободного выбора своей идентичности, которая становится игрой по свободному выбору, театральным представлением своего Я [1]. По мнению Molz основной темой интернет сообществ по обмену гостеприимством является космополитическая установка по отношению к миру и открытость по отношению к разнице. В Каучсерфинг происходит конструирование сетевой космополитичной идентичности. Множество участников сообщества называют себя «гражданами мира». Tap, J. в своем исследовании отмечает, что одной из важных характеристик самоидентичности каучсерферов, является "отсутствие каких-либо предубеждений" которое фигурирует практически во всех интервью [13]. Идея не предубежденности в онлайн сообществе может быть реализована через "принцип однородности", который Molz формулирует как определенное сходство между членами сообщества, отменяющее индивидуальные различия, для того чтобы объединить общину [16. С. 65–80]. В связи с этим происходит формирование определенной коллективной идентичности каучсерфера, опосредованной сетью активных отношений между акторами, вступающими в коммуникацию. Вся идеология Каучсерфинг основывается на интересе участников сообщества к путешествиям и взаимопомощи. Стремление путешествовать подразумевает наличие определенных ценностей и установок, таких как значимость познания нового, открытость и солидарность.

Идентичность каучсерфера складывается из двух элементов: его самопрезентации в собственном профиле и тех отзывов, которые оставили о нем другие субъекты сети. Некоторые каучсерферы при чтении описания профиля ищут проявления не предубежденности, такие как большой опыт путешествий, опыт размещения в своем доме людей разных национальностей и соответствующие отзывы таких гостей на странице пользователя, являющиеся индикаторами того насколько он открыт для другой культуры. В то же время большинство каучсерферов не считают себя "типичным" представителями своей национальности. Взаимосвязь может быть установлена между двумя явлениями - каучсерферы чувствуют себя несколько оторванными от своей родной культуры и добиваются признания онлайн или офлайн сообщества. Космополитическими убеждениями характеризуются, как правило, мобильные, любопытные, непредвзятые и рефлексивные индивиды, способные видеть и отмечать ценность индивидуальных различий. Таким образом, онлайн-профиль можно рассматривать как своего рода автобиографию, при помощи которой пользователь может продемонстрировать открытость или свой космополитические убеждения.

Важно подчеркнуть, что без Интернета не могла бы появиться ни сама сеть гостеприимства, ни идентичность, основанная на сопричастности людей Couchsurfing.

Существует несколько работ, которые на наш взгляд достойны особого внимания, однако стоит отметить постоянно растущее число зарубежных докторских и магистерских работ, привлекающих внимание к миру компьютерно-опосредованного обмена гостеприимством. Одной из наиболее ранних и наиболее полных до настоящего времени статей по Каучсерфинг является *Cosmopolitans on the Couch: Mobile Hospitality and the Internet* (2007) by Jennie Germann Molz, занимающая центральное место в современной литературе по данной тематике. Germann Molz акцентирует свое внимание на вопросе о том, каким образом интернет используется для поддержания отношений между хозяином и гостем, пропуская материал через призму гостеприимства. Она фокусируется на трех ключевых областях - расположенность по участников отношению друг к другу роль репутации в поддержании отношений гостеприимства; и парадокс "глобального"

сообщества, объединяющего разных людей, являющихся единомышленниками в рамках системы интернет сообщества. Она отмечает, что объединяющим ядром Каучсерфинг является не столько предложение жилья, сколько смысловые отношения между людьми, что может быть интересным феноменом для изучения пересечения онлайн и офлайн мира [16. С. 65–80].

Vicky Steylaerts and Sean O’Dubhghaill (2012) в своих работах обращают внимание на появление Каучсерфинг как тенденции бросить вызов, истинной природе подлинности, играя немаловажную роль в создании индивидуализированного опыта для членов сообщества. Их исследование основано на их собственном опыте этнографической и полевой работы среди каучсерферов во Фландрии и существует как часть более крупного исследовательского проекта в области туризма в этом районе [17. С. 261-278].

Dave Rosen, Pascale Roy Lafontaine and Blake Hendrickson (2011) также провели свое исследование на примере членов проекта Каучсерфинг, в котором приняли участие 1094 респондента. Было обнаружено, что чувство принадлежности сообществу наиболее характерно для лиц часто посещающих местные собрания каучсерферов и один на один контактирующих друг с другом членов проекта [18].

Clare Toeniskoetter в своей диссертации (2013) рассматривает роли пола в создании чувства безопасности и доверия среди каучсерферов. Она не ограничивает свои исследования одной конкретной географической областью, сосредотачиваясь на своем опыте Каучсерфинг в ряде стран, а также тематическом исследовании с участием женщины из Канады, имеющей негативный опыт пользования каучсерфинг. Toeniskoetter отмечает, что доверие к системе Каучсерфинг в целом не меняется даже несмотря на знание пользователей о том, что некоторые участники имеют негативный опыт, многие из получивших такой опыт продолжают использовать сайт [19].

Работа Alexander Chaplin (2012) также касается подлинности встреч, построения особой реальности, основанной на контакте с “другим” и чувстве аутентичности опыта участников проекта Каучсерфинг на примере каучсерферов из Сербии. В своей работе он обсуждает иллюзию аутентичности переживаний в Каучсерфинг и того как члены проекта принимают выстроенные представления об аутентичности за реальные. Он утверждает, что «реальное» тесно связано со спонтанностью - качеством, которое часто упоминается в профилях каучсерферов - так как предполагает отсутствие контроля над событиями, в противоположность строго организованным туристическим группам или предлагаемому в путеводителях запланированному досугу и развлечениям [20].

Rosen, Devan, Pascale Roy Lafontaine, and Blake Hendrickson (2011), в своей работе пишут о том, что, несмотря на то, что интернет изменил концепцию сообщества как такового, и привел к стиранию границ между виртуальными и реальными сообществами, исследований сообществ, которые присутствуют и в географической и в виртуальной среде довольно мало. Каучсерфинг идет против многих привычных, относящихся к частной жизни социальных норм и дает возможность соединить людей, разделяющих общие интересы и идеалы, такие как открытость, по отношению к незнакомцам, позволяет поддерживать существующие отношения, а также расширить личные социальные сети. Каучсерфинг может генерировать доверие, чувство принадлежности к сообществу, содействовать встречи пользователей лицом к лицу, создает возможности для образовательных обменов, ведет к росту коллективного сознания, распространению толерантности и содействует культурному взаимопониманию. Каучсерфинг по мнению Rosen, Devan, Pascale Roy Lafontaine, and Blake Hendrickson (2011), ведет к увеличению социального капитала [18].

Light I (2004) описывает социальный капитал как совокупность доверительных отношений доступных в своей социальной сети [21. С. 145-151]. Способность личности

осуществлять свои личные потребности путем доступа к ресурсам определяет, количество социального капитала, которое у нее есть. Важно отметить, что конструкт социального капитала выходит за рамки простого измерения “кто к кому подключен”. Социальный капитал скорее описывает, как эти соединения приводят к доверию на индивидуальном и групповом уровнях. Социальный капитал и доверие неразрывно связаны между собой [18].

Pultar, E., Raubal, M., & Goulias, K. в своем исследовании обнаружили, что чем старше человек становится, тем меньше он будет пользоваться серфингом или поиском “свободного дивана” и больше участвовать в роли сообщества в качестве хоста, другими словами - принимать гостей. Pultar, E., Raubal, M., & Goulias, K. также отмечают, что вопрос о том, почему мужчины чаще пользуются возможностями каучсерфинга, чем женщины остается открытым [22].

Результаты существующих исследований, а также исследования Rosen, Devan, Pascale Roy Lafontaine, and Blake Hendrickson (2011) демонстрируют что участники, которые не встретились лицом к лицу с другими членами, т.е. не дополнили свое онлайн взаимодействие оффлайн элементами общения, имеют более низкое чувство принадлежности к сообществу, чем те, у кого есть такой опыт встречи. Увеличение числа участников на регулярных местных собраниях каучсерферов также положительно коррелирует с чувством принадлежности к сообществу [18].

Исследование Alexander Bower было проведено в Амстердаме. В своей работе он делится различными выводами, полученными на основании интервью участников проекта и личного опыта участия. Он также как и другие исследователи утверждает о том, что отзывы, полученные от других пользователей, действуют как форма субкультурного капитала, и изучает каким образом, это влияет на пользователей и их дальнейшие действия. Эти отзывы довольно часто наполнены положительными словами и чувствами, в надежде вызвать возвратно - поступательное движение в свой адрес. По его наблюдениям пользователи с наибольшим количеством положительных ссылок получают большее количество запросов от серферов и с большей вероятностью найдут для себя ночлег, чем пользователи без отзывов или с отрицательными отзывами о них [14].

Положительные отзывы действуют как страховка, а доверие является частью идеологии и практики истинного каучсерфинга. Alexander Bower делится наблюдениями о том, какой вклад приносят сами участники, какую роль играет встреча в этом процессе, рассуждает об аутентичности, подлинности и интимности полученного в таком проекте опыта и отличиях его от массового туристического опыта. В качестве одного из подтверждения своих суждений, автор отводит целую главу исследованию и описанию процесса совместного принятия пищи с хозяином дома, в который пребывает путешественник, участник проекта. Пища пропитана рядом социально-культурных смыслов и некоторые из них вступают в игру, когда человек делится ее с другими. Для каучсерферов пища часто используется в качестве маркера культурной самобытности, а возможность разделить ее с другим членом способствует обмену частью их культуры и личной истории. Как мы знаем многие туристические компании и мероприятия стремятся использовать разницу между “домом” и пунктом назначения, каучсерфинг делает противоположное, тем самым позволяя максимизировать подлинность опыта путешествий.

Безусловно, размещение незнакомца в своем доме может повлечь за собой чувство некоторого дискомфорта. Однако самая идея каучсерфинга состоит в том что “мир” входит в дом вместе с незнакомцем, таким образом, это пересечение между интимностью домашней среды и общественной сферой становится несколько размытым, и каучсерфер активно стремится к таким встречам и делает свой дом местом для открытости и дружбы или разногласия. В случае отрицательного опыта хозяин может попросить покинуть его дом, оставить гостя в одиночестве или оставить отрицательную ссылку, что как следствие ведет к

нарушению доверия к системе, поскольку пользователи больше не ощущают себя в безопасности. Единичный неудачный опыт может заставить пользователя покинуть сообщество навсегда.

Отрицательные отзывы довольно редкое явление в мире каучсерфинг. Adamic et al (2011) отмечают, что соотношение положительных ссылок к отрицательным на сайте около 2500:1, можно предположить, что подавляющее количество взаимодействий на каучсерфинг являются положительными [14]. Хотя мы и не сомневаемся, в том, что дело обстоит именно так, можно предположить, что существуют случаи, когда пользователи не желают оставлять отрицательные отзывы класса из-за страха последствий. Поскольку положительные отзывы влекут за собой положительные отзывы в ответ, отрицательный отзыв может повлечь за собой отрицательный отзыв в ответ, даже если взаимодействие было отрицательным только для одной из сторон. Отрицательные отзывы часто пишутся в виде возмездия против каких-либо обвинений.

В руководстве каучсерфинг есть раздел, охватывающий описание действий в случае получения отрицательного опыта. Он включает в себя следующие предложения: Задумайтесь. Прежде всего, для начала рассмотрим опыт подробнее. Возможно ли то, что разногласию способствовали особенности характера или культурная разница? Была ли нарушена коммуникация до или после, что могло привести к спору? Какого разрешения ситуации вы надеетесь достичь?

Зачастую участники пребывают друг с другом в течение нескольких дней, и впоследствии могут уже никогда не увидеть друг друга снова. Тот факт, что это взаимодействие ограничено довольно небольшим промежутком времени означает, что чаще всего отношения формируются гораздо быстрее, чем в любой другой социальной среде. Поскольку участникам приходится делить совместное домашнее пространство, это заставляет их чувствовать себя более комфортно друг с другом, следовательно, менее настороженно, нежели в публичном пространстве. “У меня теперь есть друзья по всему миру” - пишет одна из участниц. Мы можем говорить о том, что каучсерфинг является не просто платформой для поиска бесплатного жилья, проект нацелен и на создание довольно прочных связей между его участниками, который позволяет также доподлинно познакомиться с национальными особенностями того или иного региона.

Таким образом, можно сделать вывод, что опыт участников проекта «Каучсерфинг» существенно отличается от опыта массовых туристов. Во-первых, данный опыт включает в себя общение с местными жителями. В отличие от массовых туристов участники данной гостевой сети не изолированы от принимающего общества. Более того, они могут не только наблюдать за жизнью принимающего сообщества, но и принимать участие в повседневных практиках местных жителей. Кроме того, пользователи данного сервиса более «свободны», чем массовые туристы – они получают доступ к тем местам, которые массовым туристам обычно не показывают, а также их «взгляд» выходит за рамки туристской репрезентации. Участники проекта «Каучсерфинг» являются не просто пассивными потребителями туристских услуг, они сами участвуют в создании своего туристского опыта. Их туристский взгляд более субъективен, они сами выбирают, на что смотреть и как смотреть. В связи с этим можно утверждать, что в данном случае возможно получение аутентичного туристского опыта.

Анализ феномена каучсерфинга также способен внести свой вклад в исследования, касающиеся обмена опытом и совместного пользования, открывая дополнительную перспективу смещению акцента на возможность делиться с другими какими-либо материальными ресурсами, а также перспективу исследования конкретных типов эмпирического капитала, который может способствовать саморазвитию как результату такого обмена.

Каучсерфинг отличается чрезвычайно богатым культурным разнообразием, что представляет собой научно-исследовательский интерес с точки зрения того, как участники из разных стран и культур уживаются и сотрудничают друг с другом. Исследование взаимосвязи между культурными отличиями, личностными предпочтениями, процессом формирования доверия и привязанностей может помочь в объяснении и преодолении различных психологических препятствий как на уровне глобальных, так и местных сообществ.

Было осуществлено множество исследований в попытке определить пользу создания новых форм сообществ в интернете, результаты которых говорят о том что, интернет служит людям инструментом для поддержания контактов с семьей и друзьями, во время поездок и в то же время способствует формированию новых отношений. Каучсерфинг в свою очередь также может дать своим членам чувство социальной поддержки при нахождении в неизвестной местности. Tyler (2002) предполагает, что интернет просто предоставил нам новый способ осуществления привычных вещей, а Каучсерфинг предлагает новую модель гибридного онлайн-оффлайн сообщества позволяющего посредством формирующегося в результате общения социального доверия и чувства принадлежности преодолевать географические и культурные границы [18].

Перспективы исследования в русле коммуникативно-нарративного подхода

Представленный выше обзор показывает недостаточную изученность проблемы аутентичности туристического опыта, получаемого участниками проекта.

Для полноценного исследования аутентичности туристического опыта участников проекта, влияющего на существенные изменения современной личности, в качестве методологической основы нами был выбран коммуникативно-нарративный подход. Основную идею нарративной психологии можно сформулировать так: человек конструирует свою самость, когда повествует о своей жизни и придает ей смысл в процессе и с помощью своей личной истории. Идеи нарративной психологии близки к экзистенциальным идеям о важности смысла, и звучат как конструирование самости через нарратив и придание смысла жизни через смысл истории. Нарративная психология основывается на предположении о том, что человеческий опыт и поведение обладают значением, и для того, чтобы понять нас самих и других людей, нам необходимо исследовать системы и структуры значений, которые формируют качества нашего мышления, коммуникаций и коммуникативных миров. В этой связи модель «идентичности как жизненной истории», разработанная Мак Адамсом, представляет собой эффективный метод получения основных характеристик самоидентичности каучсерферов. Она позволит выстроить и проанализировать процесс конструирования самоидентичности личности на пересечении онлайн и оффлайн её коммуникативных миров.

Коммуникативный подход, предполагает новую, более релевантную интерпретацию общеизвестных характеристик, связанных с дискурсом и языком. Нарративный мир человека - по сути, это его внутренняя референтная коммуникация с собой, прежде всего; "системы культурных значений, таких как язык" не просто законсервированы в языке, строго говоря, их там даже нет". Они оживают и существуют в различных коммуникациях и в этом пространстве можно определить специфику коммуникативной культуры кочевников. Поэтому "Метод моделирования коммуникативных миров" и "Метод психосемантического графа" Кабрина В.И. [23, 24] и граф дают возможность вовлечь респондентов в ситуацию самоанализа своего жизненного мира, своих ценностей и коммуникативных отношений, и, таким образом раскрыть существенные особенности личности каучсерфера.

Поскольку глобальные туристские потоки влекут тотальное освоение культурного

пространства, турист, пребывая в различных дестинациях, сравнивает социокультурные системы, проводит тем самым компаративный анализ образов неизвестных культур. Ценность путешествия важна как экзистенциальный опыт познания и сравнения культурного пространства различных культур. Так как феномен туризма предполагает свободу выбора из всего многообразия социокультурного опыта человечества, мы можем понять основное направление и перспективу развития личности человека ближайшего будущего.

Литература

1. Ахрамеева Е.С. Идентичность как основание формирования гражданского общества на примере сообщества каучсерферов (Москва, НИУ «Высшая школа экономики», научный руководитель –к.с.н., доцент Е.Н. Иванова). Проблемы гражданской и региональной идентичности в современной России: сборник научных трудов / Ульянов. гос. техн. ун-т. – Ульяновск: УлГТУ, 2015.–343 с.
2. Русакова О.Ф. Дискурс мобильности в современных коммуникациях // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. Т. 22. № 13. С. 245-252.
3. Луневич, И. Феномен аутентичности в современном индивидуальном туризме на примере проекта «Couchsurfing» / И. Луневич // Европа-2012: глобальное и локальное / под ред. Г.Я. Миненкова. – Вильнюс: ЕГУ, 2013.
4. Molz, Jennie Germann. Travel connections: Tourism, technology, and togetherness in a mobile world. Routledge, 2012.
5. Официальный сайт проекта «Couchsurfing» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://couchsurfing.org>. – Дата доступа: 7.08.2017.
6. Keinan, Anat, and Ran Kivetz. "Productivity orientation and the consumption of collectable experiences." *Journal of Consumer Research* 37.6 (2011): 935-950.
7. Hellwing, Katharina, et al. "Share Your Life and Get More of Yourself. Experience Sharing in Couchsurfing." *NA-Advances in Consumer Research Volume 42* (2014).
8. Sahlins, Marshall David. Stone age economics. Vol. 130. Transaction Publishers, 1974.
9. Ariely, Dan, Anat Bracha, and Stephan Meier. "Doing good or doing well? Image motivation and monetary incentives in behaving prosocially." (2007).
10. Marcel, Mauss. "The gift: Forms and functions of exchange in archaic societies." (1967).
11. Belk, Russell. "Why not share rather than own?." *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 611.1 (2007): 126-140.
12. Fennell, David A. "Evolution in tourism: The theory of reciprocal altruism and tourist–host interactions." *Current Issues in Tourism* 9.2 (2006): 105-124.
13. Tan, Jun-E. "The leap of faith from online to offline: An exploratory study of Couchsurfing.org." *International Conference on Trust and Trustworthy Computing*. Springer Berlin Heidelberg, 2010.
14. Strating, Secondary Readers Dr AT. Couches and Canals: An Ethnographic Analysis of Couchsurfing in Amsterdam. Diss. Faculty of Social and Behavioural Sciences in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Science, Department of Cultural and Social Anthropology, University of Amsterdam, 2015.
15. Rheingold, Howard. The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. MIT press, 2000.
16. Molz, Jennie Germann. "Cosmopolitans on the couch: Mobile hospitality and the Internet." *Mobilizing hospitality: The ethics of social relations in a mobile world* (2007): 65-80.
17. Steylaerts, Vicky, and Sean O. Dubhghaill. "CouchSurfing and authenticity: Notes towards an understanding of an emerging phenomenon." *Hospitality & Society* 1.3 (2012): 261-278.

18. Rosen, Devan, Pascale Roy Lafontaine, and Blake Hendrickson. "CouchSurfing: Belonging and trust in a globally cooperative online social network." *New Media & Society* 13.6 (2011): 981-998.
19. Toeniskoetter, Clare. *Hospitality Exchange: Overcoming safety, trust, and gender concerns in the Couchsurfing community*. Diss. 2013.
20. Chaplin, A. "A stranger is just a friend you haven't met yet": understanding the 'CouchSurfing' network's immediate encounters. Diss. MSc Thesis, University of Amsterdam, 2012.
21. Light, Ivan. "Social capital's unique accessibility." *Journal of the American planning Association* 70.2 (2004): 145-151.
22. Pultar, Edward, Martin Raubal, and Konstadinos Goulias. "The Role of geography in couchsurfing social network activities." *Multidisciplinary Research on Geographical Information in Europe and Beyond Proceedings of the AGILE'2012 International Conference on Geographic Information Science, Avignon*. 2012.
23. Кабрин В. И., Сметанова Ю. В., Звезда Е. А. Пилотное исследование транскультуральной психосемантики лично значимых коммуникативных миров инновационно и предпринимательно ориентированной молодежи // *Вестник Томского государственного университета*. – 2015. – №. 394.С. 211–219. DOI 10.17223/15617793/394/34
24. Кабрин В. И. и др. *Транскомуникация: преобразование жизненных миров человека*. – 2011. - 400. С.